



17 statistiques à partager sur les journaux

On dit ici que les journaux sont
morts... je ne savais même pas
qu'ils étaient malades.



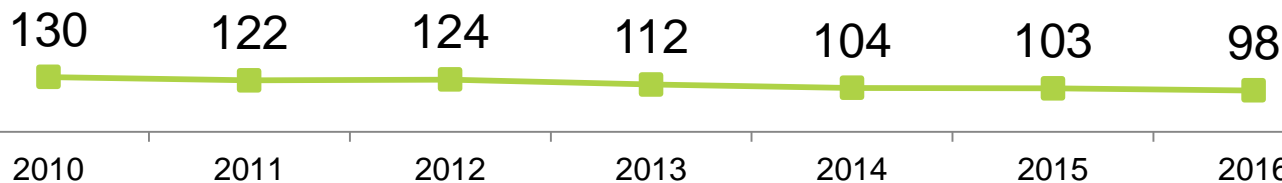
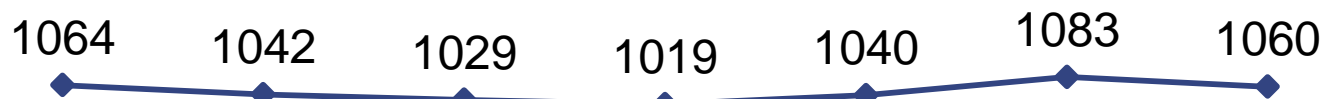
Kenora Daily Miner & News, Sept. 2016



Les journaux au Canada



Le Canada compte 1158 journaux en 2016, pour une diffusion totale de 49 860 608 exemplaires.



Les journaux demeurent un format publicitaire auquel on fait confiance



60 %



À travers le monde, six répondants sur 10 disent faire entièrement ou partiellement confiance aux publicités qu'ils voient dans les journaux.



JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS

La confiance dans les médias d'information est encore très forte au Canada



Plus de la moitié des Canadiens (54 %) font confiance aux médias d'information; seuls les organismes sans but lucratif obtiennent un meilleur pointage (59 %).



Sept Canadiens sur dix (69 %) sont d'avis qu'une présence forte au sein des communautés locales contribue à faire croître cette confiance.



Plus de 2 milliards de dollars investis en publicité dans les journaux canadiens



¹ Base de données de Journaux Canadiens; Aperçu, juillet 2016

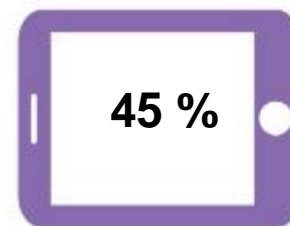
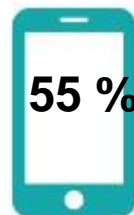
⁴ Journaux Canadiens, Rapport des revenus annuels, 2015



Les journaux rejoignent neuf Canadiens sur dix



9 Canadiens sur 10 (87 %) lisent un journal chaque semaine, quelle que soit la plateforme (imprimé, ordinateur de bureau/portable, téléphone et tablette).



On accède aux journaux par plusieurs plateformes – plus du quart des adultes (27 %) lisent sur LES QUATRE plateformes.



JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS

Campagne optimisée



78 %

Publicité traditionnelle



22 %

Publicité numérique

Bien que l'assiette publicitaire migre de plus en plus vers le numérique, il est plus efficace d'en conserver la majeure partie dans les médias traditionnels.

« Plus signifie mieux : un investissement publicitaire sur des plateformes multiples rapporte plus que sur une seule plateforme. »

Gayle Fuguitt, PDG, Advertising Research Foundation



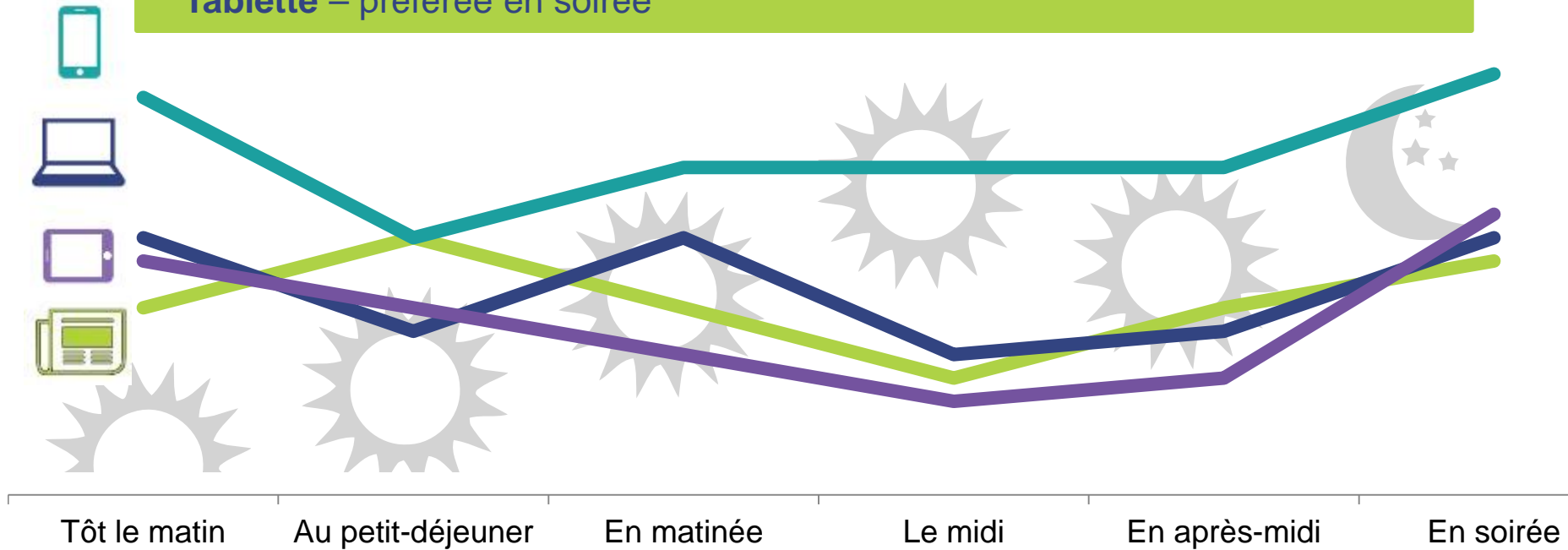
JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS

L'accès aux journaux par les imprimés culmine au petit-déjeuner

– L'accès par le téléphone est probant toute la journée



Imprimé – privilégié au petit-déjeuner et en soirée
Ordinateur de bureau/portable – tôt le matin et après le petit-déjeuner
Téléphone – plateforme la plus populaire tout au long de la journée
Tablette – préférée en soirée

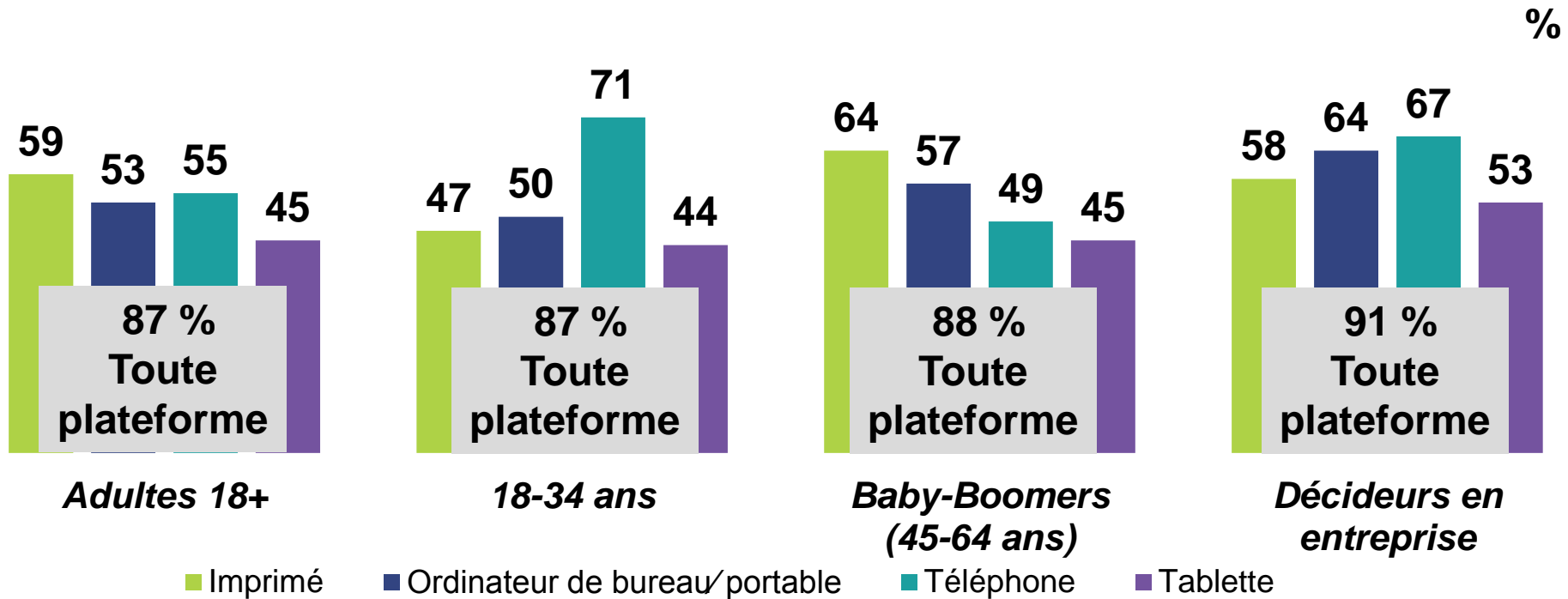


JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS

Les journaux et leurs médias atteignent tous les groupes cibles



Les jeunes adultes lisent surtout sur leur téléphone; les *baby-boomers* préfèrent l'imprimé; les *décideurs en entreprise** lisent beaucoup sur toutes les plateformes.

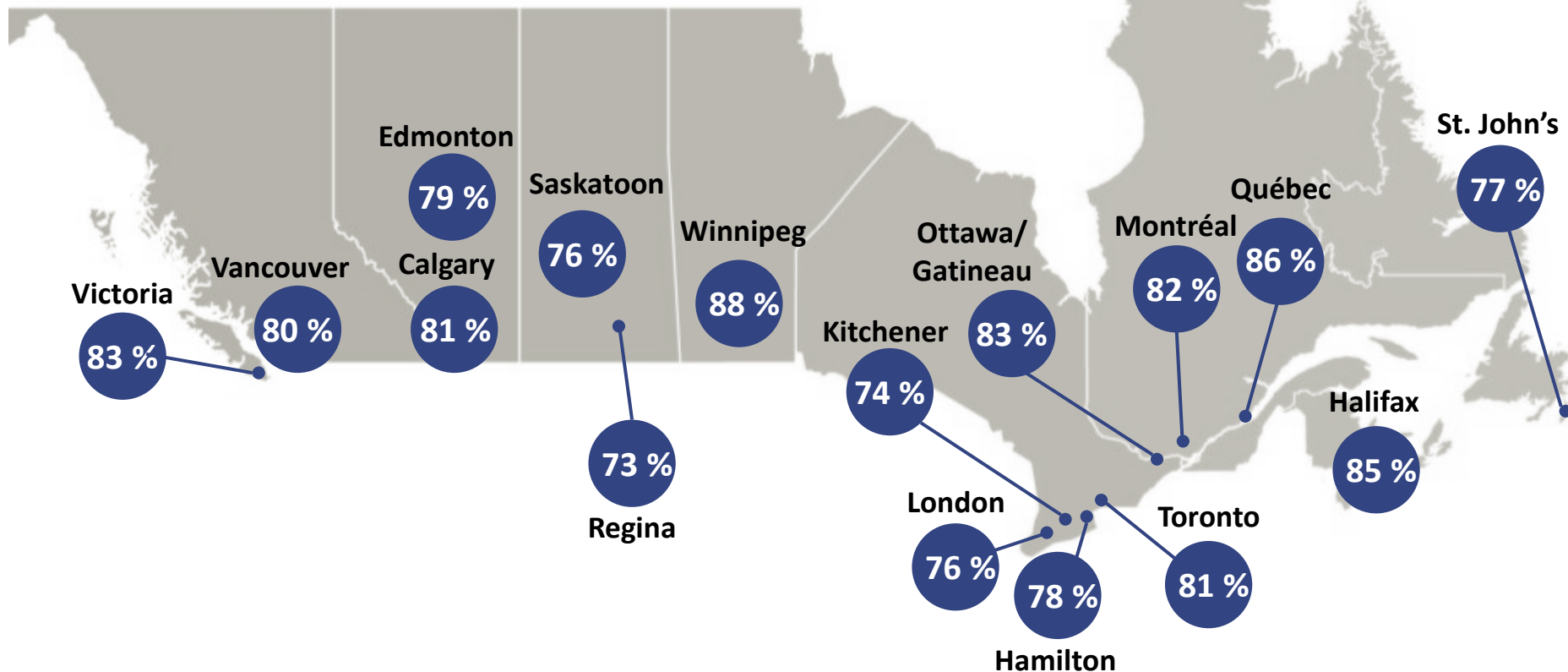


JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS

Les journaux sont toujours forts et continuent de rejoindre 8 adultes sur 10



Numérique net/Portée imprimée hebdo (18+)



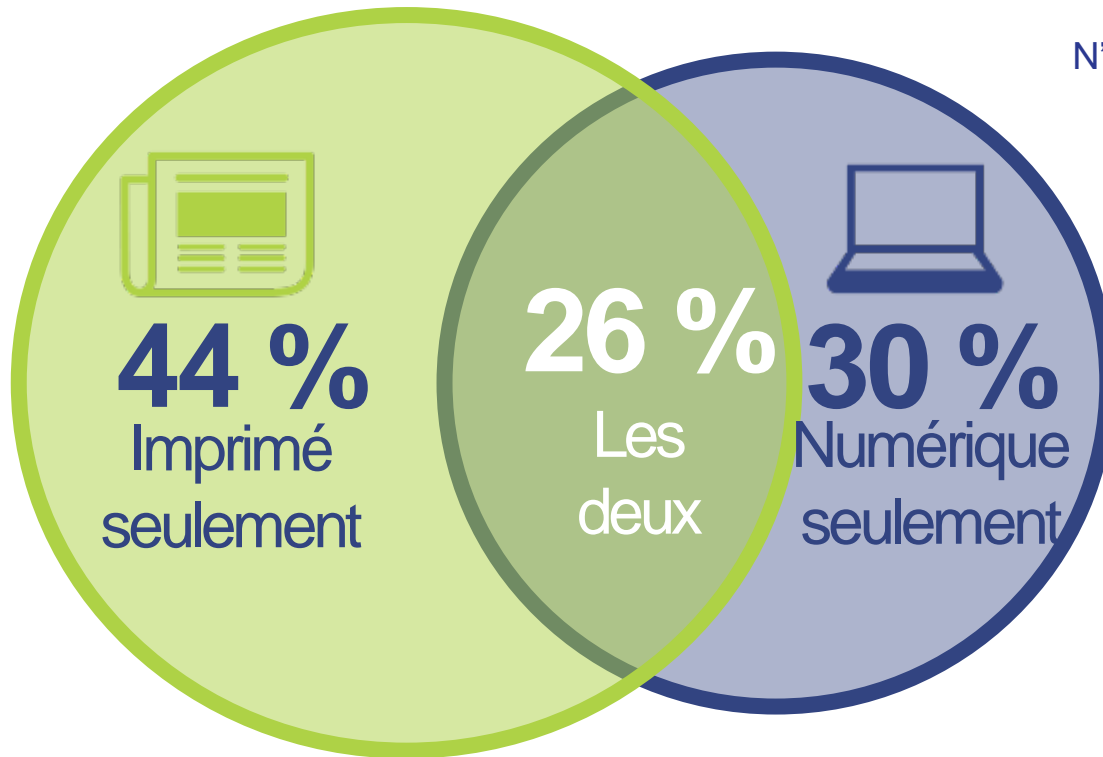
JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS

Bien que l'imprimé domine toujours, plus de la moitié des lecteurs lisent sur une plateforme numérique

70 % des lecteurs de journaux en semaine lisent toujours une édition imprimée quotidiennement.



N'importe quel journal Lu-Ve
LMÉ (18+)



basé sur les 43 titres de journaux mesurés



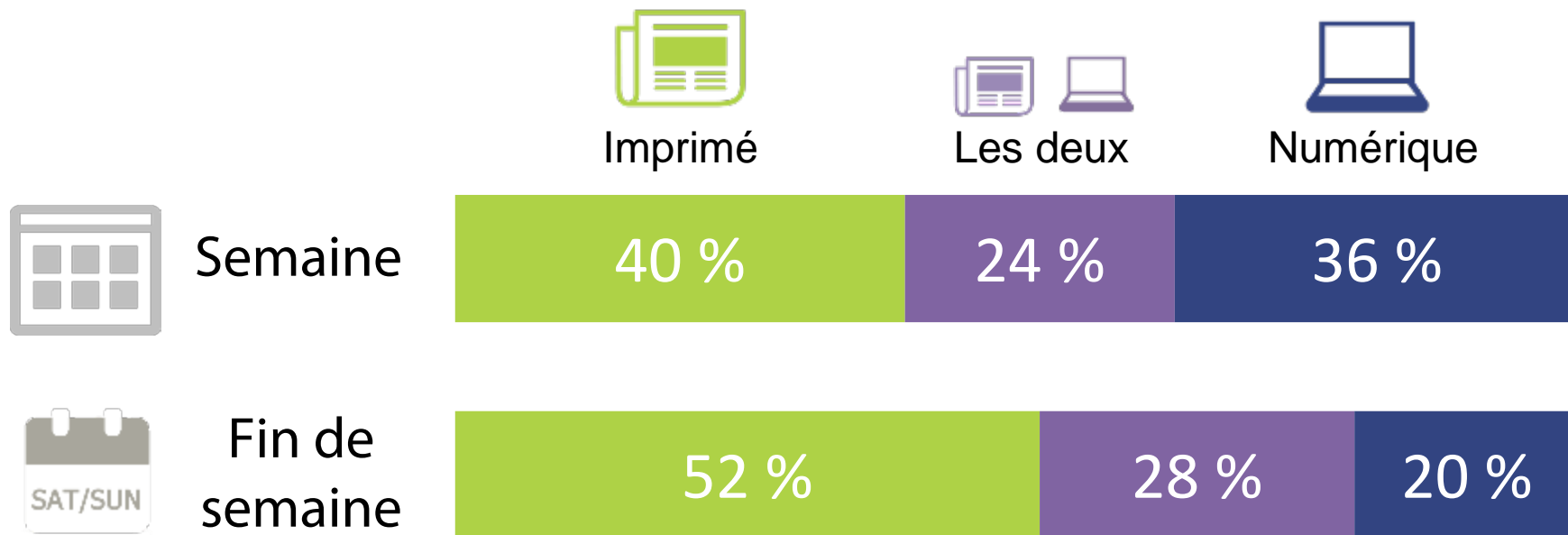
JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS

Les comportements de lecture des journaux diffèrent la semaine et la fin de semaine



80 % des lecteurs en fin de semaine lisent l'édition imprimée de leur quotidien en comparaison à un lectorat de **64 %** durant la semaine.

LMÉ en semaine et fin de semaine* (18+)



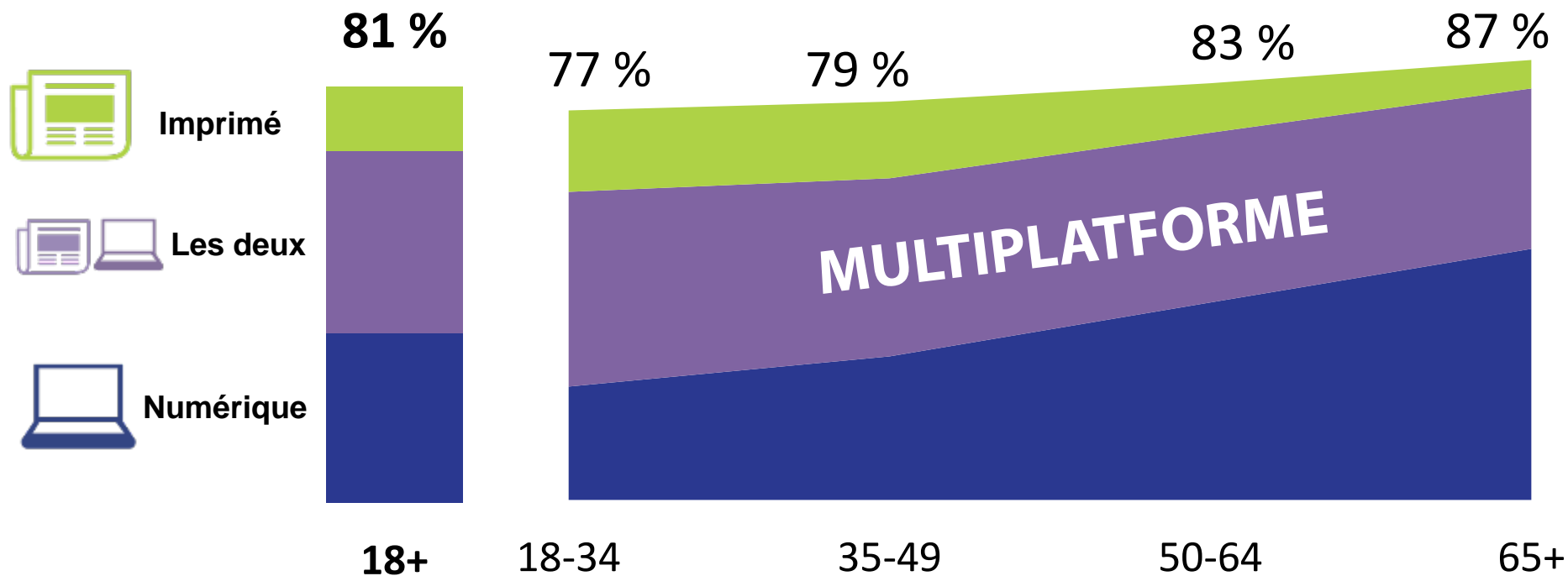
Résultats basés sur les titres de journaux publiés la semaine et la fin de semaine



Des lecteurs de tous les âges consomment des marques de journaux sur de multiples plateformes



Portée hebdomadaire de n'importe quel journal (18+)



JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS

95 % des lecteurs souhaitent voir de l'information locale

Pourquoi lit-on les journaux régionaux imprimés ?

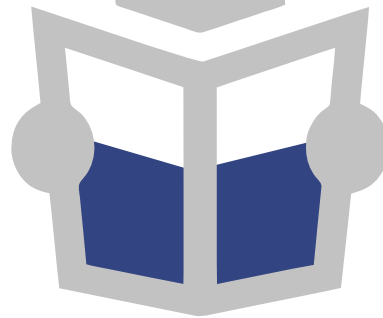


95 %



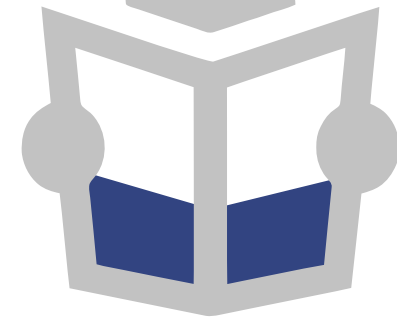
Information
locale*

67 %



Publicité*

48 %



Petites annonces/
Emplois/Immobilier

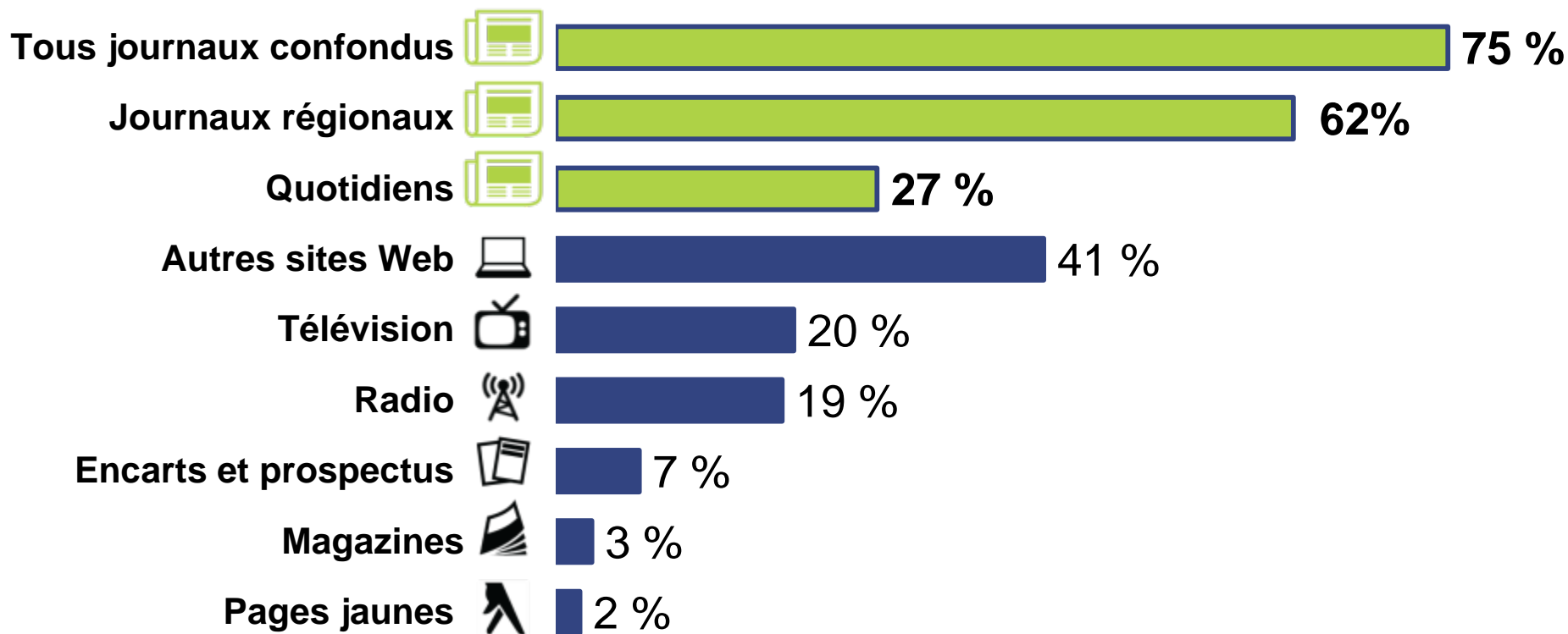
Les lecteurs de journaux régionaux imprimés les lisent pour l'information locale de même que la publicité.

Deux lecteurs sur trois (67 %) veulent voir de la publicité dans leurs journaux régionaux imprimés.

Les journaux dominant en matière d'information sur les collectivités locales

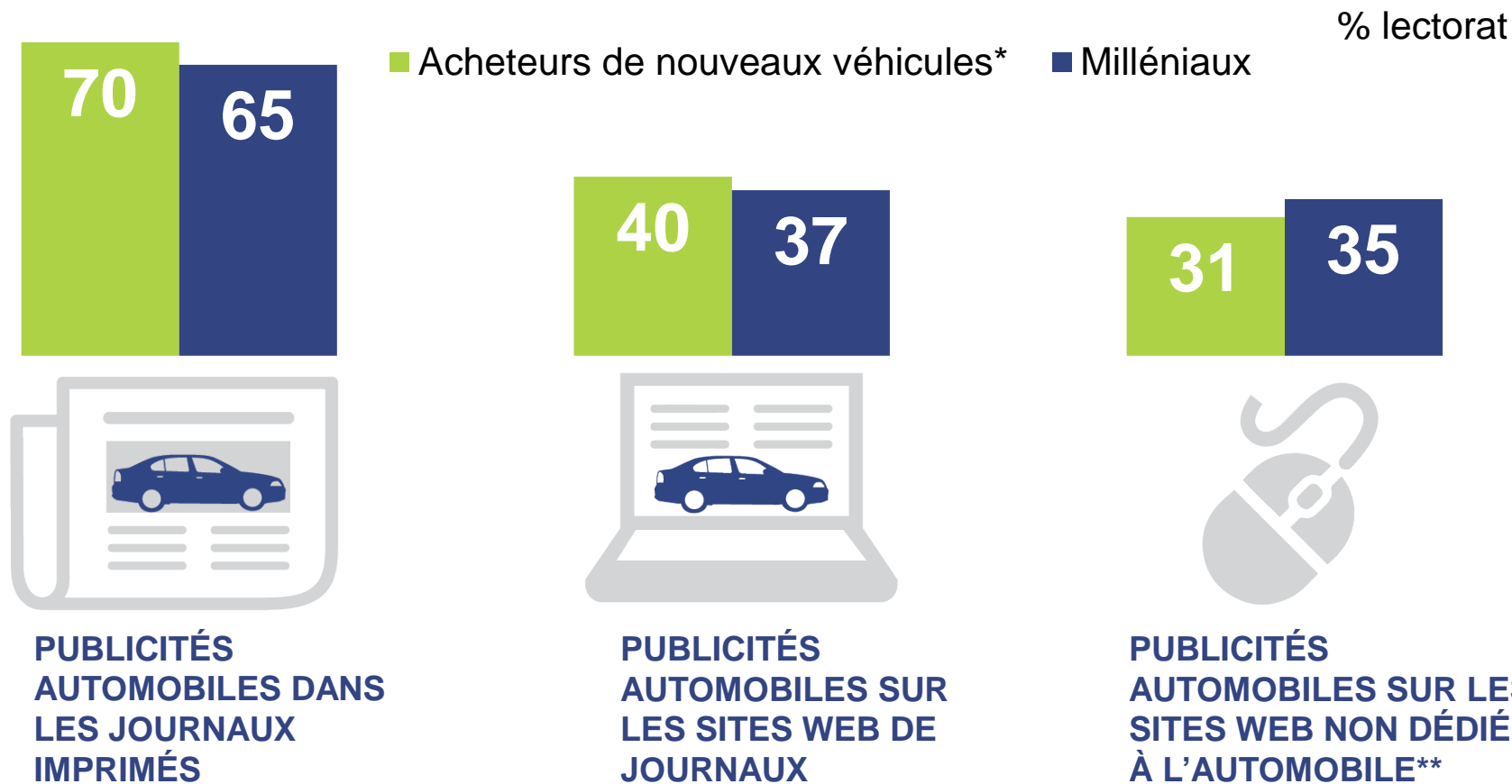


Trois Canadiens sur quatre (75 %) se fient aux journaux pour se renseigner sur leur collectivité locale.



JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS

Sept acheteurs de nouveaux véhicules sur dix lisent les publicités automobiles dans les journaux imprimés



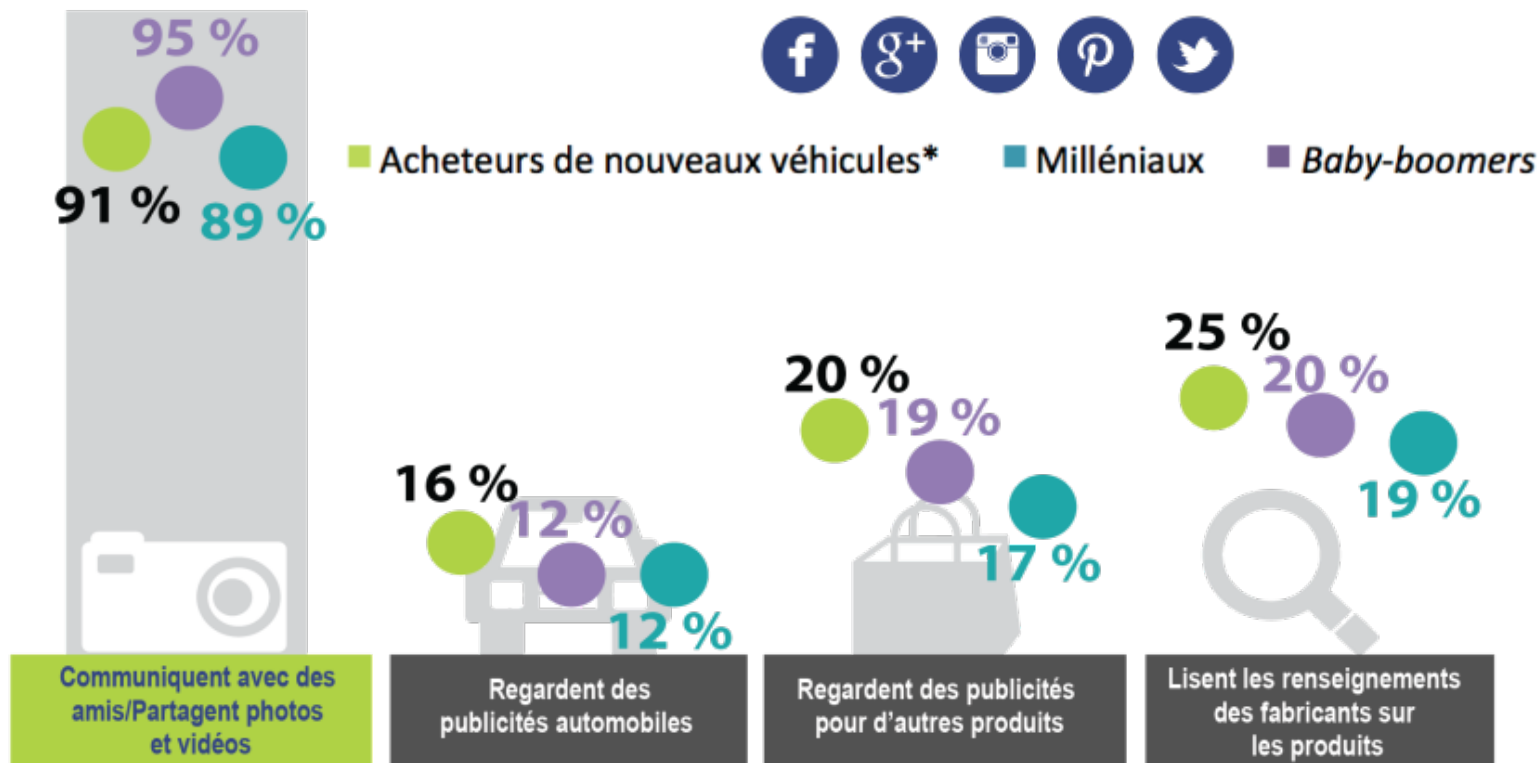
Totum Research, février 2016; *dans les 2 dernières années

** Sites Web autres que ceux dédiés à l'automobile, excluant les sites des journaux, chaînes de télévision, magazines, de médias de vente d'automobiles et de fabricants, de marques et modèles et de détaillants automobiles.



JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS

Seuls 16 % des acheteurs de nouveaux véhicules consultent les publicités automobiles sur les médias sociaux



Les médias sociaux : surtout utilisés pour communiquer avec des amis et non pour regarder de la publicité.



JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS

Les journaux imprimés sont verts

Au Canada, plus de **85 %** des **journaux** sont **recyclés**



Chronologie de la biodégradation



JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS



17 statistiques à partager sur les journaux

www.journauxcanadiens.ca



JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS